

**INFORME FINAL  
CAPITAL SEMILLA-LINEA 2  
PROYECTO ESTANTERIAS AUTOMATICAS**

**EMPRENEDORES**

**Sr. Julio Ahumada Mazuranich  
Sr. Fernando Ramírez Pendibene**

**PATROCINADOR**

**NETWORKING S.A.  
Sr. Ernesto Tironi Barrios**

**Santiago, 21 de enero de 2008**

## **INDICE**

I.- Introducción, objetivos y resultados esperados de acuerdo al proyecto original.

II.- Actividades programadas en el proyecto y su desarrollo, actividades adicionales realizadas.

III.- Resultados obtenidos.

IV.- Síntesis de la gestión y logros del proyecto.

V.- Labor del Patrocinador.

VI.- Rendiciones.

## **I.- INTRODUCCION**

### **OBJETIVO GENERAL:**

Lo sustantivo del objetivo de este proyecto y del Programa de Capital Semilla, se logró, al crearse una nueva empresa para el país que ha aportado una innovación y genera empleo para 5 personas en forma directa, sustentable y sostenida. En efecto, al cabo de los primeros 12 meses la empresa constituida (Spintek Ltda.) realizó ventas por 76,1 millones de pesos, valor muy cercano a la meta de \$87m que se planteó en el Plan de Negocios presentado en el Programa inicial a Innova Chile.

Además, se puso en marcha el sistema productivo y de venta de un producto innovador que no existía antes en el mercado chileno. Las estanterías automáticas hasta ahora disponibles eran todas importadas. Lo anterior se consiguió a pesar de que se enfrentaron problemas.

En el plano interno, el ejecutivo inicial a cargo de ventas dejó la empresa atraído por mejores oportunidades. También se debió enfrentar otros cambios de personal. La división del proyecto en dos fases con INNOVA obligó a suspender muchas actividades y desembolsos durante el período en que se tuvo que esperar la aprobación de la Fase 1 y después quedó muy poco tiempo para solicitar cambio de ítemes.

En el dominio externo a la firma, el nacimiento de la empresa ocurrió en un período particularmente difícil por el deterioro del tipo de cambio y el alza de precios de nuestras partes y piezas. En el momento en que se formuló el Plan de negocios (2005), el cambio estaba en \$581 por dólar. Al cerrar el ejercicio el 2007, estaba en \$495, lo que significa que los productos importados ofrecidos por la competencia le costaban a nuestros clientes 15% menos que hace dos años. Mientras tanto, los costos locales de perfiles de acero y mano de obra se incrementaron en valores significativos. A pesar de ello, Spintek pudo vender y casi alcanzar la meta que se había planteado. ¿Cómo lo logró? Fundamentalmente, con un sostenido esfuerzo de ventas, entregando un producto de calidad y teniendo la flexibilidad necesaria para adaptarse, ofreciendo no solo la venta de equipos, sino el servicio de mantenimiento y reparación de equipos importados.

No sólo se lograron superar las adversidades habituales de iniciar una nueva empresa y las específicas que aparecieron para ésta, sino que se dejaron sentadas las bases para un futuro promisorio. Primero, por la penetración en un mercado como el retail que tiene muy alentadoras perspectivas de crecimiento, no solo en Chile sino en países vecinos impulsado por compañías chilenas clientes de Spintek. Más abajo en el informe se destaca la existencia de algunos contratos ya obtenidos para 2008. En segundo lugar, porque los fondos de Capital Semilla se han invertido en equipar la empresa con los planos de ingeniería para la fabricación de nuevos equipos, folletos para apoyar la venta, computadores y softwares altamente especializados. En tercer lugar, está la inversión en el diseño de estanterías automáticas para nuevos productos como cables, neumáticos y otros. Finalmente, está la organización humana capaz de realizar las tareas.

En síntesis, se logró lo comprometido.

A continuación se detallan los aspectos específicos conseguidos a partir del Proyecto planteado.

**OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y RESULTADOS ESPERADOS:**

Al finalizar el proyecto, y luego de más de doce meses de gestión, se alcanzaron los siguientes objetivos específicos:

1. HABILITACION DEL NEGOCIO
2. GESTION COMERCIAL
3. DESARROLLO NUEVOS PRODUCTOS

El presente proyecto tuvo como objetivo principal constituir y posicionar a SPIN TECHNOLOGIES LIMITADA (Spintek Ltda.) en el mercado industrial, específicamente en el retail, a través de la fabricación y venta de estanterías automáticas sobre la base de una gestión comercial intensa.

Para lograr este objetivo antes mencionado, se plantearon los siguientes objetivos específicos:

**1.-HABILITACION DEL NEGOCIO:** Puesta en marcha de la infraestructura, ingeniería y personal necesario.

**2.- GESTION COMERCIAL:** con resultados de venta, considerando toda una gestión comercial previa con controles.

**3.-DESARROLLO NUEVOS PRODUCTOS:** de acuerdo a las necesidades específicas de los clientes y oportunidades de mercado en ésta y otras industrias.

Para cumplir tales objetivos, se plantearon los siguientes indicadores de resultado:

**OBJETIVO ESPECIFICO 1: HABILITACION DE NEGOCIO  
INDICADORES DE RESULTADO:**

- Habilitación de oficina con infraestructura requerida
- Contratación de personal idóneo para la gestión de negocio
- Diseño planos de Ingeniería de los productos definidos
- Logro cercano al 90 % de la meta de ventas para el primer año

**OBJETIVO ESPECIFICO 2: GESTION COMERCIAL  
INDICADORES DE RESULTADO:**

- Diseño y confección de material promocional
- Elaboración del plan de ventas
- Capacitación de la fuerza de ventas
- Número de contactos y cotizaciones por mes/trimestre/año
- Ventas e ingresos en diferentes periodos de tiempo

**OBJETIVO ESPECIFICO 3: DESARROLLO NUEVOS PRODUCTOS  
INDICADORES DE RESULTADO:**

- Estudio de mercado para desarrollo de nuevos productos
- Planos de ingeniería asociados a los nuevos productos
- Elaboración de información promocional para estos nuevos productos

## **II.- ACTIVIDADES PROGRAMADAS Y ADICIONALES REALIZADAS EN EL PROYECTO Y SU DESARROLLO.**

Las actividades que se desarrollaron en esta etapa son las siguientes:

### **1.- HABILITACION DEL NEGOCIO**

Hitos de la actividad 1

#### **A.- HABILITACION DE OFICINA CON INFRAESTRUCTURA REQUERIDA:**

En relación con este objetivo, se arrendó una oficina en la comuna de Huechuraba (**Ver ANEXO 1**)<sup>1</sup>. Posteriormente, nos trasladamos a la comuna de Vitacura. Se habilitó con equipos computacionales, impresoras, fax, cámara digital, líneas telefónicas, tanto fijas como celulares. Se compró, además, el mobiliario necesario para realizar la labor. Asimismo, se compraron herramientas necesarias para realizar los trabajos requeridos en el área de Servicio Técnico, para lo cual se contó con la comprensión de Innova para la re-itemización de este gasto.

Cabe mencionar que se incrementó también la adquisición de los equipos computacionales necesarios, inclusive se aumentaron equipos en el área Comercial y Servicio Técnico. Esto se logró al autorizar Innova el aumento en el ítem.

#### **B.- CONTRATACION DE PERSONAL IDONEO PARA LA GESTION DE NEGOCIO**

El proyecto en su evolución fue requiriendo algunos cambios y nuevos enfoques. Se creó el área de Servicio Técnico y Ventas con la incorporación de más personal. Además, se contrataron 5 personas que trabajan tiempo completo tanto en la gestión como en la operación del negocio (2 ingenieros, dos técnicos mecánicos, un asistente comercial), además del aporte diario que hacen los emprendedores (**Ver ANEXO 2**).

#### **C.- DISEÑO DE PLANOS DE INGENIERIA DE LOS PRODUCTOS ASOCIADOS**

La empresa desarrolló los Planos de Ingeniería de los productos fabricados por Spin Technologies y de nuevos productos, como la máquina para exhibir cables (producto nuevo incorporado al portfolio de productos de la empresa) (**Ver ANEXO 3**).

#### **D.- PROTECCION INDUSTRIAL DE LOS PRODUCTOS ASOCIADOS Y REGISTRO DE MARCA**

Esta actividad aún no se ha podido desarrollar debido a la falta de recursos que tuvo el proyecto durante sus primeros ocho (8) meses y posteriormente debido a lo ajustado de la caja.

Se están realizando los trámites hoy al respecto para regularizar el tema.

El registro de marca no se pudo concretar puesto que la marca Spintek ya está registrada, como NIC. Y se registró Spin Technologies Ltda.

---

<sup>1</sup> En los Anexos de este Informe sólo se consigna evidencia de antecedentes referidos a la segunda fase del proyecto que fue del 1º de Junio, al 31 de Diciembre, 2007, excepto para los Ítems autorizados después de la re-itemización aprobada en Diciembre para ejecutar gastos hasta el 21 de enero, 2008. La evidencia y copia de documentos de la Fase 1 fueron entregados y aprobados en su debido momento y están disponibles.

## 2.- GESTION COMERCIAL

Hitos de la actividad 2

### 1 – Diseño y confección de material promocional:

Para este objetivo, se diseñó y confeccionó material promocional, es decir, brochures tanto impresos como en versión power point, para enviar por mail a nuestros actuales y futuros clientes información acerca de nuestra empresa. Además, se puso en operación la página web: [www.spintecnologies.cl](http://www.spintecnologies.cl).

También se confeccionaron tazones de promoción para entregar a nuestros clientes, como una forma de presencia permanente en ellos.

### 2 – Elaboración plan de ventas:

- **Creación de base de datos de clientes:** también se creó una base de datos con clientes actuales y potenciales a los cuales se les está visitando, pidiéndoles reuniones para presentarles los productos, además de estar en continua comunicación con ellos
- **Visitas bimensuales a clientes:** Visitas periódicas a los establecimientos en los que están instaladas las máquinas fabricadas por nuestra empresa y también a locales en los que se han realizado servicios de traslado de máquinas, arreglos y montajes. Se realizó un conjunto de visitas a terreno y reuniones con ejecutivos de diferentes potenciales empresas clientes. Se adjuntan fotocopias de las tarjetas de los ejecutivos visitados (**Ver ANEXO 4**).
- **Implementación de Post Venta y Servicio Técnico :**

Se contrató una persona en el área, quien ha visitado clientes para saber su opinión respecto del producto entregado; además, se ha entregado a los a clientes un Manual de Calidad junto a la máquina a fin de que vean los pasos seguidos para cumplir con los requerimientos del cliente en la construcción de su máquina. Además, se adjunta Manual de Mantenimiento, el cual también es entregado a cada cliente a fin de otorgar la información necesaria respecto del producto, su cuidado y funcionamiento.

## Síntesis Comercial

Número de Contactos: 300

Número de Visitas: 160

- B&S: 40 reuniones con sus ejecutivos y técnicos y visitas a terreno en Iquique, Copiapó, Talca, Ovalle, Quilpué, Antofagasta, Valdivia.
- Etersol: 35 reuniones con clientes de Etersol en Santiago, Linares, Melipilla, Antofagasta, Talca, Concepción.
- Sodimac: 24 reuniones y visitas a terreno donde se revisaron máquinas y otros.
- Cencosud: 15 entrevistas con gerente de adquisiciones, jefe de mantención y visita a locales Easy.
- Centro Ferretero Yolito
- Ferretería Imperial
- Fallabella.
- Ferretería Santiago
- Ferretería Antofagasta
- Construplaza
- Construmart
- Establecimientos Maipú
- Ferretería Amunategui
- Ferretería Oviedo
- Ferretería Exposición
- MLA Centro ferretero
- Punto Maestro Covadonga

Nº de Presentaciones: 180

- SODIMAC
- ETERSOL
- Importadora B&S
- Cencosud
- Centro Ferretero Yolito
- Ferretería Imperial
- Ferretería Santiago
- Ferretería Antofagasta
- Construplaza
- Construmart
- Establecimientos Maipú
- Ferretería Amunategui
- Ferretería Oviedo
- Ferretería Exposición
- MLA Centro ferretero
- Punto Maestro Covadonga

Logros más importantes: Cartera de clientes a la fecha:

1. Importadora B&S:

Venta de 5 máquinas y acuerdo comercial 2006-2007 para producir los siguientes equipos, extensivo al 2008:

- 6 estanterías automáticas para rollos de vinilo
- 6 estanterías automáticas para rollos de alfombra
- Asistencia técnica para suministro de repuestos y servicios de mantención.

2. Etersol: Se realizó Reparación total de 2 máquinas y la realización de todas las mantenciones y reparaciones menores: Melipilla, Talca, Antofagasta, Ovalle. Además, se logró el servicio de traslados y montajes en sus ferreterías a lo largo de todo el país.

3. CENCOSUD: Estamos presente en el desarrollo de sus proyectos. Solicitó cotizar 8 máquinas para el periodo 2007, locales de Curicó, Talca, Osorno y Valdivia. Lamentablemente, perdimos la propuesta por precio (diferencia tipo cambio).

Además, se nos invitó a participar de la licitación para la mantención de todas sus máquinas a nivel nacional y perdimos la propuesta con un proveedor anterior que tenían. Pero nos han llamado a cotizar algunos servicios mayores en el último tiempo.

4. SODIMAC: Nos invitó a participar del suministro 12 máquinas para sus expansiones en Perú y Colombia, no siendo adjudicados. Perdimos ante su proveedor Vidir (por precio, o diferencia tipo de cambio).

Estamos en conversaciones para proveer una máquina exhibidora de cables para sus tiendas en Chile (4 máquinas). Realizamos las presentaciones, presentamos nuestro proyecto, con planos y procedimientos de calidad. Aún se encuentra en evaluación la decisión.

5. N° de Contratos de Mantención y Servicio en Negociación: 2 empresas

- ETERSOL: Contrato de Servicio por 45 máquinas, estamos trabajando en confianza, caso a caso.
- B&S : Tenemos la mantención de sus máquinas.
- SODIMAC: Contrato de Servicio para 140 máquinas a lo largo de Chile (en negociación)

### **3 – Capacitación fuerza de ventas:**

Se contrató al ingeniero Carlos Amestica para el soporte de ventas y durante los meses de noviembre y Diciembre ha sido capacitado. Ha participado de la fabricación de las primeras máquinas y ha asistido a terreno junto al técnico Tomas Aravena que lo ha capacitado.

### **4 – Informe de ventas con contactos/cotizaciones/ordenes de compra:**

Hasta diciembre del 2007, las ventas ascienden a M\$ 76.104 por concepto de ventas de máquinas, mejoras técnicas y transformaciones, traslado y montaje de máquinas. En **Anexo 5** se puede apreciar las cotizaciones enviadas.

### **5 – Ventas de máquinas:**

En lo que va corrido del año, se han vendido 5 máquinas, dos de ellas en el segundo semestre, y se logró acuerdo comercial con A5 Industries, de Francia. **(ver Anexo 6, con Ordenes de Compras y 7 donde se entregan copias de las facturas de venta).**

## **6 – Stand en Feria ExpoRetail 2007:**

No se pudo concretar este año. Sí se participó de la Feria organizada por Sodimac.

Es necesario mencionar que todas las actividades antes mencionadas se desarrollaron a lo largo de todo el proyecto, es decir, hasta enero del 2008, por lo que a la fecha hay actividades que aún no se han desarrollado.

## **7 – DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS**

Esta actividad se realizó con pleno éxito el segundo semestre. Se diseñó el Plano de fabricación una máquina exhibidora de cables, cuyo prototipo tiene hoy Sodimac.

Adicionalmente, se diseñó un sistema para implementar en las máquinas que permite cortar la alfombra y medir los metros vendidos con exactitud, eliminando la merma al cliente, y mejorando la performance de la máquina.

Se diseñó una máquina exhibidora de alfombras tipo carrusel para atender el mercado de las ferreterías de tamaño medio, tiene capacidad de 12 rollos como máximo.

Se trabaja en el desarrollo de una máquina exhibidora de neumáticos. Está a nivel de idea.

Y se está investigando con las visitas a clientes ofrecerles nuevos productos que solucionen sus requerimientos de espacios de exhibición, rapidez de atender, disminución de las mermas, etc.

**III.- RESULTADOS OBTENIDOS/NO OBTENIDOS.****TABLA DE ACTIVIDADES VERSUS RESULTADOS**

	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>RESULTADOS</b>
1.	HABILITACION DE OFICINA, COMPRA DE EQUIPOS COMPUTACIONALES, HERRAMIENTAS	SE PRESENTA NUEVO CONTRATO DE ARRIENDO Y FINIQUITO ANTERIOR <b>(ANEXO 1)</b> .
2	CONTRATACION DE PERSONAL	SE PRESENTAN LOS CONTRATOS DE TRABAJO <b>(ANEXO 2)</b> .
3	DISEÑO PLANOS DE INGENIERIA DE PRODUCTOS DEFINIDOS	SE PRESENTAN LOS PLANOS <b>(ANEXO 3)</b> .
4	Diseño y confección material promocional	Brochure impreso que se le entrega personalmente a cada cliente. Se envía por mail en power point. Además, está funcionando la pagina web ( <a href="http://www.spintecnologies.cl">www.spintecnologies.cl</a> ).
5.	Elaboración plan de ventas	Confección de base de datos <b>(ANEXO 4)</b>
6.	Capacitación fuerza de ventas	Con la llegada de Carlos Amestica se refuerza el área y se capacita durante los últimos dos meses.
7	Informe de ventas con contactos/cotizaciones /ordenes de compra	Se adjuntan órdenes de compra y cotizaciones <b>(ANEXO 6)</b>
8	Ventas de máquinas	Las ventas de máquinas y servicios realizados hacienden a la fecha a MM \$ 76.
9	1 stand en Feria Exporetail 2007	No participamos. Se participó de Feria y Road show organizado por Sodimac

El resultado más significativo del proyecto en esta fase (2° semestre 2007) es haber obtenido finalmente órdenes de compra por 4 estanterías automáticas para alfombras y linóleo por un valor de \$32 millones, además de mejoras técnicas, transformaciones de máquinas y montajes por un valor de \$44 millones. Esto equivale a una facturación total por venta de máquinas, productos y servicios prestados por \$ 76 millones al 31 de Diciembre de 2007.

**RESULTADOS NO OBTENIDOS**

- Stand en Expo Retail 2007
- Realización de la encuesta de satisfacción de clientes.

#### IV.- SINTESIS DE LA GESTION Y LOGROS DEL PROYECTO

- Como primera etapa de desarrollo, se abrió una oficina comercial en Santiago con dirección en Av. El Carmen 397 of. 309 de Huechuraba. Posteriormente, la oficina se traslado a Vitacura, por razones de logística con los clientes y accesos a contactos.
- Contratación de cinco (5) profesionales para apoyar trabajo, además de los 2 emprendedores. Estos cinco profesionales tienen un costo empresa de MM \$ 3.2.- sin incluir a lo emprendedores.
- Confección de material promocional tanto impreso como en archivo power point para ser enviado por correo electrónico.
- Transmisión de visión y objetivos al grupo de trabajo.
- Como resultado del esfuerzo de marketing, se lograron colocar ventas de cuatro máquinas y numerosas órdenes por servicios con diversos clientes.
- Se diseñaron los Planos de ingeniería y construcción para los productos desarrollados y se incorporó la máquina de cables.
- Se estableció la primera alianza para la fabricación con maestranzas locales, de manera de fabricar componentes en una y armar en otra.
- Se logró un acuerdo comercial con la empresa francesa A5INDUSTRIE, para distribuir sus máquinas y complementar nuestra oferta. Lo anterior favorecerá las fluctuaciones de mercado producto del tipo de cambio y nos permite acceder a mercados latinoamericanos.
- Asistencia por parte de emprendedor, Sr. Fernando Ramírez, a la Feria Tecnológica de Bauma, Munich, Alemania, para explorar posibilidad de exportar.

## **V.- LABOR DEL PATROCINADOR**

El patrocinador realizó las siguientes actividades:

### **a.- Puesta en marcha:**

Se trabaja con los emprendedores para consolidar el proyecto y dar un impulso a las adaptaciones necesarias para sobrevivir y resolver estrategias a seguir. Se desarrolla un calendario de actividades con plazos estipulados, se fija un calendario de reuniones y su tabla de contenidos. Se conviene calendario de entregas de acuerdo a las necesidades de cumplimiento de las etapas establecidas.

### **b.- Asuntos legales y RRPP:**

Se supervisa la gestión legal de la empresa en cuanto al cumplimiento de los contratos establecidos y se evalúa y se dan sugerencias sobre la gestión de políticas de relaciones públicas.

### **c.- Revisión Procesos:**

Se revisa en cada reunión la rendición de gastos del proyecto y se gestiona la formalización de los retiros y aportes de los proponentes.

### **d.- Evaluación Parcial:**

Se hace evaluación periódica de los avances del proyecto (Ver listado de mails intercambiados entre patrocinador y emprendedores en **ANEXO 9**).

### **e.- Supervisión periódica:**

Reuniones de trabajo con el equipo del proyecto para revisión de resultados obtenidos y propuesta de nuevos hitos a alcanzar para la reunión siguiente.

### **f.- Directorio Mensual:**

Reuniones de directorio con los emprendedores de supervisión del proyecto, flujos de caja y control de ingresos y egresos (se adjuntan Actas de Reuniones en **ANEXO 8**).

Las cartas del patrocinador con su evaluación del proyecto y de los emprendedores, así como el de éstos sobre el apoyo del patrocinador (Ver **ANEXO 10**).

## **VI.- RENDICIONES DE CUENTAS**

En el **ANEXO 11** se adjuntan rendiciones de gastos de acuerdo a los formatos de Innova, además de balance, estados de resultados y planilla con aportes de Innova vs. Presupuesto además de las ventas de Spintek Ltda.